

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

**(Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi
yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I Pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Disusun Oleh:

KHALEDA RAMADHANTY FARADILLA

B100160030

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang
Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

KHALEDA RAMADHANTY FARADILLA
B 100 160 030

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing



Kussudyarsana, S.E., M.S.i., Ph.D
NIDN. 619077301

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang
Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018)**

Oleh:

KHALEDA RAMADHANTY FARADILLA
B 100 160 030

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 08 Februari 2020
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Dewan Penguji:

- | | |
|--|---------|
| 1. Muhammad Sholahuddin, S.E., M.Si.
(Ketua Dewan Penguji) | (.....) |
| 2. Nur Achmad, S.E., M.Si.
(Anggota I Dewan Penguji) | (.....) |
| 3. Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D.
(Anggota II Dewan Penguji) | (.....) |

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Drs. Syamsudin, M.M.
NIDN: 017025701

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 10 Maret 2020

Penulis



Khaleda Ramadhanty Faradilla
B100160030

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi
yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018)**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi (intervening) studi pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2018. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan pemilihan sampel menggunakan metode purposive sampling. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Untuk metode analisis data menggunakan analisis jalur dan regresi linier berganda. Sedangkan untuk mengolah data menggunakan program *Statistical Product and Service Solutions (SPSS) versi 20.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV, (2) profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV), (3) CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas (ROA), dan (4) profitabilitas dapat memediasi pengaruh hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan (PBV).

Kata kunci : Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas

Abstract

Corporate Social Responsibility to the value of the company with profitability as a mediating variable (intervention) study in manufacturing companies in the industrial sector using the Indonesia Stock Exchange for the period of 2016-2018. The data used in this study are secondary data and sample selection using purposive sampling method. The research method used is quantitative research. For data analysis methods using path analysis and multiple linear regression. Meanwhile, to process data using the Product Solution and Statistics Service (SPSS) version 20.0. The results of this study indicate that (1) CSR has a positive effect on firm value (PBV), (2) profitability (ROA) has a positive effect on firm value (PBV), (3) CSR has a positive effect on profitability (ROA), and (4) profitability can mediate the effect of the relationship between CSR on firm value (PBV)..

Keywords: Company Value, Corporate Social Responsibility, Profitability

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan berjalannya perkembangan industri di era globalisasi dan melihat kondisi perekonomian yang semakin berkembang ini menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan. Hal ini telah mendorong perusahaan untuk terus berkembang menjadi lebih baik mengingat semakin banyaknya pesaing dari perusahaan lain. Oleh karena itu, para pelaku ekonomi dituntut untuk tetap berinovasi dan melakukan beberapa strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan menyelamatkan kelangsungan hidup

perusahaan agar tidak tergerus oleh perkembangan zaman meningkat banyaknya pesaing dari perusahaan lain.

Semakin tinggi tingkat harga saham, maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa depan, serta mencerminkan total asset yang dimiliki perusahaan (Wijaya dan Sedana, 2015). Dalam hal ini perusahaan secara tidak langsung akan memberikan sinyal positif dimata investor untuk menanamkan modal di sebuah perusahaan. Sedangkan bagi pihak kreditur hal ini mencerminkan bahwa perusahaan mampu untuk membayar utangnya sehingga pihak kreditur tidak merasa khawatir dalam memberikan pinjaman kepada perusahaan tersebut. Untuk dapat memenuhi ekspektasi para pemegang saham akan kinerja perusahaan yang unggul, maka sebaiknya manajer menciptakan suatu strategi yang bernilai dan sulit ditiru oleh para pesaingnya.

Untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan *price to book value* (PBV). Menurut Robert Ang (1997) dalam (Mufidah dan Purnamasari, 2018) *Price to book Value* atau PBV adalah rasio yang mengukur kinerja pasar saham terhadap nilai bukunya. Alasan memilih rasio PBV, karena rasio tersebut memiliki keunggulan yaitu nilai buku yang merupakan ukuran yang stabil dan sederhana sehingga dapat dibandingkan dengan harga pasar, selain itu juga dapat membandingkan antar perusahaan sejenis untuk melihat tinggi atau rendahnya harga suatu saham. Semakin tinggi nilai PBV semakin tinggi pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham yang menjadi tujuan utama dari suatu perusahaan.

Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor dalam pengambilan keputusan. Perusahaan cenderung akan mengungkapkan informasi jika informasi tersebut dapat memaksimalkan nilai perusahaannya, yang kemudian dapat meningkatkan harga saham perusahaan tersebut (Moina, Kamaliah, dan Desmiyawati, 2016). Salah satu informasi tambahan yang diungkapkan oleh perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Moina dkk. (2016) *Corporate Social Responsibility* adalah sebuah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan. CSR dinilai sebagai bentuk kepedulian sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar alam, jadi suatu perusahaan selain

bertujuan untuk mengembangkan perusahaannya juga memperhatikan kebutuhan sosial masyarakat sekitarnya dimana hal tersebut akan berdampak positif terhadap nama baik atau performance perusahaan (Mufidah dan Purnamasari, 2018). Diterapkannya program CSR ini menjadi nilai tambah untuk perusahaan bagi stakeholder sehingga dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. CSR bukan hanya investasi tetapi hubungan yang kuat antara perusahaan dan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) (Kiran, Kakakhel, dan Shaheen, 2015).

Profitabilitas merupakan gambaran kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau ukuran kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Pada suatu perusahaan untuk dapat melangsungkan aktivitas operasinya haruslah dalam keadaan yang menguntungkan. Jika perusahaan mampu meningkatkan profitabilitas, berarti mencerminkan kinerja perusahaan yang efektif dalam mengelola laba setiap periodenya. Hal ini akan memudahkan bagi perusahaan untuk dapat menarik modal dari luar, karena investor akan menanamkan sahamnya pada perusahaan yang mampu memberikan return. Dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba maka semakin besar pula return yang diharapkan investor, sehingga prospek perusahaan kedepan dinilai semakin menjanjikan yang berarti dapat meningkatkan nilai perusahaan (Ayu dan Suarjaya, 2017).

Beberapa penelitian juga telah menguji tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Seperti penelitian (Moina dkk., 2016) yang membuktikan bahwa CSR mempengaruhi nilai perusahaan melalui profitabilitas, berbeda dengan penelitian (Masitoh dkk., 2018) yang membuktikan bahwa profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Industri barang konsumsi merupakan salah satu sektor dari perusahaan manufaktur yang terdiri dari lima sub sektor yaitu sub sektor makanan dan minuman, sub sektor rokok, sub sektor farmasi, sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, dan sub sektor peralatan rumah tangga. Alasan memilih sektor perusahaan industri barang konsumsi karena merupakan salah satu perusahaan yang stabil dan tidak terpengaruh oleh keadaan perekonomian. Hal ini disebabkan sektor industri barang konsumsi secara langsung berkaitan dengan seluruh lapisan masyarakat, karena industri barang konsumsi menyediakan

produk-produk yang merupakan kebutuhan primer masyarakat. Permintaan produk industri barang konsumsi yang cenderung stabil akan berdampak pada kemampuan menghasilkan laba secara optimal, sehingga akan menarik para investor dan kreditur untuk memilih perusahaan tersebut sebagai salah satu industri pilihan investasi.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini mengambil judul : “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018)”.

2. METODE

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melihat keterangan-keterangan yang didokumentasikan dengan mengambil dokumen maupun literatur-literatur pendukung. Dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018. Selain metode dokumentasi, penelitian ini juga menggunakan kepustakaan yaitu dengan mengkaji teori yang diperoleh dari literatur seperti jurnal, internet, dan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Data

3.1.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dari data yang diteliti adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
CSR	66	0,04	0,41	0,1839	0,08199
PBV	66	0,00	6,84	2,3364	1,83967
ROA	66	-15,48	21,25	5,6979	6,60168
Valid N (listwise)	66				

Sumber: hasil olah data statistik deskriptif, 2020.

Hasil pengujian statistik deskriptif pada tabel 4.2, menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* memiliki nilai minimum sebesar 0,04 dan nilai maksimum 0,41 dengan rata-rata sebesar 0,1839 dan standar deviasi 0,08199. Selanjutnya variabel nilai perusahaan (PBV) memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum 6,84 dengan nilai rata-rata sebesar 2,3364 dan standar deviasi 1,83967. Variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai minimum sebesar -15,48 dan maksimum 21,25 dengan nilai rata-rata sebesar 5,6979 dan standar deviasi 6,60168.

3.1.2 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test* dengan kriteria pengambilan keputusan data yang berdistribusi normal jika nilai *asymptotic significance* $> 0,05$.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-Smirnov	Asymp-sig	Keterangan
Unstandardized Residual	0,721 [*]	0,676	Normalitas

Sumber: hasil olah data, 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* diatas terlihat bahwa nilai signifikansi = $0,676 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas atau data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
CSR	0,894	1,119	Tidak terjadi multikolinearitas
ROA	0,894	1,119	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: hasil olah data, 2020

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas variabel CSR dan ROA memiliki nilai *tolerance* $0,894 > 0,10$ dan nilai VIF $1,119 < 10$. Dengan demikian dapat diartikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam penelitian ini.

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,199	0,040	0,25	3,11808

Sumber: hasil olah data, 2020

Dari hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,040 sedangkan N dalam penelitian ini adalah 66. Maka $LM = R^2 \times N$ ($0,040 \times 66 = 2,64$). Nilai LM lebih kecil dari 82,53, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

<i>Durbin-Watson</i>	Kriteria	Keterangan
0,902	$-2 < 0,902 < 2$	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: hasil olah data, 2020

Berdasarkan tabel 5 tersebut nilai *Durbin-Watson* (DW) sebesar 0,902 dengan kriteria nilai diantara -2 sampai 2. Dengan demikian dapat diartikan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi autokorelasi.

5) Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil perhitungan regresi linier berganda dapat disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Regresi Linier Berganda Model 1

Variabel	Koefisien Regresi	Standart Error	Beta	t-statistik	Sig.
Konstanta	0,871	1,914		0,455	0,651
CSR	26,243	9,515	0,326	2,758	0,008

Sumber: hasil olah data, 2020

Berdasarkan tabel 6 dapat diperoleh analisis persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$ROA = 0,871 + 26,243CSR + e$$

Adapun penjelasan mengenai hasil persamaan regresi linier berganda tersebut:

a. Konstanta (a)

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 0,871. Artinya, apabila *Corporate Social Responsibility (CSR)* besarnya adalah sama dengan nol, maka profitabilitas (ROA) sebesar 0,871.

b. Variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Tabel 7. Hasil Regresi Linier Berganda Model 2

Variabel	Koefisien Regresi	Standart Error	Beta	t-statistik	Sig.
Konstanta	0,526	0,470		1,119	0,267
CSR	6,349	2,469	0,283	2,572	0,012
ROA	0,113	0,031	0,404	3,675	0,000

Sumber: hasil olah data, 2020

Berdasarkan tabel 7 dapat diperoleh analisis persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$PBV = 0,526 + 6,349CSR + 0,113ROA + e$$

Adapun penjelasan mengenai hasil persamaan regresi linier berganda tersebut:

a. Konstanta (a)

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 0,526. Artinya apabila *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan profitabilitas sama dengan nol, maka nilai perusahaan (PBV) sebesar 0,526.

b. Variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 6,349. Artinya apabila peningkatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebesar 1 maka nilai perusahaan (PBV) akan mengalami peningkatan sebesar 6,349.

c. Variabel Profitabilitas (ROA)

Variabel profitabilitas (ROA) mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,113. Artinya apabila peningkatan profitabilitas (ROA) sebesar 1, maka nilai perusahaan (PBV) akan mengalami peningkatan sebesar 0,113.

6) Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Koefisien Determinasi Model 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,326	0,106	0,092	6,28976

Sumber: hasil olah data, 2020

Tabel 9. Koefisien Determinasi Model 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,564	0,318	0,297	1,54298

Sumber: hasil olah data, 2020

Berdasarkan tabel 8 dilihat dari koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,106, artinya dalam model tersebut variabel dependen yaitu profitabilitas (ROA) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebesar 10,6%. Sedangkan sisanya sebesar 89,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model regresi.

Pada tabel 9 nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,318 artinya dalam model tersebut variabel dependen yaitu nilai perusahaan (PBV) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan profitabilitas (ROA) sebesar 31,8%. Sedangkan sisanya sebesar 68,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model regresi.

b. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji F Model 1

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	300,932	1	300,932	7,607	,008 ^b
	Residual	2531,912	64	39,561		
	Total	2832,845	65			

Sumber: hasil olah data, 2020.

Tabel 11. Hasil Uji F Model 2

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	69,997	2	34,998	14,700	,000 ^b
	Residual	149,989	63	2,381		
	Total	219,986	65			

Sumber: hasil olah data, 2020

Berdasarkan tabel 10 model 1, diperoleh nilai probabilitas (Sig.) sebesar 0,008. Dimana nilai sig. $0,008 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh signifikan secara statistik terhadap variabel dependen yaitu profitabilitas (ROA).

Pada tabel 11 model 2, diperoleh nilai profitabilitas (Sig.) sebesar 0,000. Dimana nilai sig. $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan profitabilitas berpengaruh secara statistik terhadap variabel dependen, yaitu nilai perusahaan (PBV)

c. Uji Parsial (Uji t)

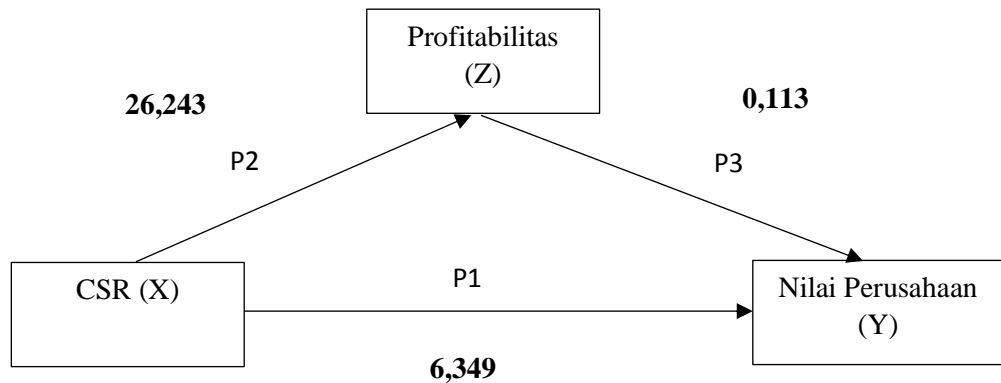
Berdasarkan tabel 8 dalam pengujian model pertama menunjukkan nilai tingkat signifikansi 0,008. Dimana nilai sig. $0,008 < 0,05$ artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap profitabilitas (ROA).

Pada tabel 9 dalam pengujian model kedua, pada variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* menunjukkan nilai tingkat signifikansi $0,012 < 0,05$. Sedangkan pada variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

7) Uji Sobel

Dari tabel analisis regresi linier berganda, diketahui bahwa nilai koefisien unstandardized beta CSR pada persamaan (1) sebesar 26,243 merupakan nilai path atau jalur p2. Pada tabel analisis regresi linier berganda persamaan (2) nilai

unstandardized beta untuk CSR sebesar 6,349 merupakan nilai jalur p1, dan profitabilitas sebesar 0,113 merupakan nilai jalur p3.



Gambar 1. Model Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa CSR dapat berpengaruh langsung ke nilai perusahaan dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu dari CSR ke profitabilitas (sebagai mediasi) lalu ke nilai perusahaan. Besarnya pengaruh langsung adalah sebesar 6,349 sedangkan pengaruh tidak langsung dapat dihitung dengan mengalikan koefisien tidak langsung yaitu $(26,243) \times (0,113) = 2,965$, atau total pengaruh CSR ke nilai perusahaan adalah $6,349 + (26,243 \times 0,113) = 9,314$.

Untuk menguji koefisien mediasi (p2 dan p3) signifikan atau tidak, digunakan Sobel Test sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Sp_{2p3} &= \sqrt{p_3^2 Sp_{p2}^2 + p_2^2 Sp_{p3}^2 + Sp_{p2}^2 Sp_{p3}^2} \\
 Sp_{2p3} &= \sqrt{(0,113)^2 (9,515)^2 + (26,243)^2 (0,031)^2 + (9,515)^2 (0,031)^2} \\
 Sp_{2p3} &= \sqrt{(1,156044288) + (0,6618359421) + (0,0870043512)} \\
 Sp_{2p3} &= \sqrt{1,9048845813} \\
 Sp_{2p3} &= 1,3801
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil Sp_{2p3} ini kita dapat menghitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{p_{2p3}}{Sp_{2p3}} = \frac{2,965459}{1,3801} = 2,1487$$

Oleh karena $t_{hitung} = 2,1487$ lebih besar dari t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,669 maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi adalah signifikan artinya ada pengaruh mediasi.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi pada sektor perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2016, maka penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018.
- 2) Variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018.
- 3) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018.
- 4) Variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas sebagai variabel mediasi pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018..

4.2 Saran

Peneliti menyarankan beberapa hal yang berkaitan dengan kelemahan yang terdapat pada hasil penelitian, antara lain:

- 1) Bagi Pihak Perusahaan

Perusahaan hendaknya melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan meningkatkan performanya dalam peningkatan profitabilitasnya, karena pada penelitian ini terbukti bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hal ini akan menjadi daya tarik bagi investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel yang memenuhi kriteria penelitian dan memperluas periode penelitian, serta untuk pengembangan selanjutnya dapat menggunakan rasio-rasio keuangan lain yang dapat digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, D. P., & Suarjaya, G. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(2), 1112–1138.
- Mufidah, N., & Purnamasari, P. E. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating. *El Dinar*, 6(1), 64–82.
- Purwohandoko. (2017). The Influence of Firm's Size, Growth, and Profitability on Firm Value with Capital Structure as the Mediator: A Study on the Agricultural Firms Listed in the Indonesian Stock Exchange. *International Journal of Economics and Finance*, 9(8), 103–110.
- Putra, A. S. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013) Anggara Satria Putra Prodi Akuntansi Universitas Negeri Yo. *Jurnal Nominal*, IV(2), 88–110.
- Rachmawati, D., & Pinem, D. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Equity*, 18(1), 1–18.
- Rosdwianti, M. K., Dzulkirom, M., & Zahroh. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(2), 16–22.
- Rudangga, & Sudiarta. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4394–4422.
- Sabrin, Sarita, B., Takdir, D., & Sujono. (2016). The Effect of Profitability on Firm Value in Manufacturing Company at Indonesia Stock Exchange. *The International Journal of Engineering and Science (IJES)*, 5(10), 81–89.

- Stacia, E., & Juniarti. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan. *Business Accounting Review*, 3(2), 81–90.
- Sujarweni, V. Wiratna & Utami, Lila Retnani. (2019). *The Master Book of SPSS*. Yogyakarta: Startup
- Wijaya, B. I., & Sedana, P. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(12), 4477–4500.